

آیین نامه اجرایی ماده (۷) قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان

وزارت صنعت، معدن و تجارت - وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

وزارت دادگستری - وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی

سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

هیئت وزیران در جلسه مورخ ۱۳۹۱/۲/۱۰ بنا به پیشنهاد مشترک شماره ۱/۵۵۹۸۵۸ مورخ ۱۳۹۰/۵/۱۸ وزارتخانه های صنعت، معدن و تجارت و فرهنگ و ارشاد اسلامی و به استناد تبصره ماده (۷) قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان - مصوب ۱۳۸۸ - آیین نامه اجرایی ماده یادشده را به شرح زیر تصویب نمود:

آیین نامه اجرایی ماده (۷) قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان

ماده ۱- در این آیین نامه اصطلاحات و عبارات زیر در معانی مشروح مربوط به کار می روند:

الف - قانون: قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان .

ب - انجمن: انجمن های حمایت از حقوق مصرف کنندگان موضوع ماده (۹) قانون

ج - مصرف کننده: هر شخص حقیقی یا حقوقی که کالا یا خدمتی را خریداری می کند .

د - تبلیغ: انتشار هرگونه اطلاعات برای معرفی کالاها و خدمات مشمول این آیین نامه از طریق رسانه ها از قبیل رادیو، تلویزیون، شبکه های ماهواره ای، مطبوعات، سینما، اینترنت، اینترانت، شبکه های صوتی و تصویری سازمانی، کارنما، نمایشگاه، اسلاید، بانک های اطلاعات، سامانه پیام کوتاه، تابلوی سردرب واحد صنفی و تولیدات چاپی نظیر برگه های آگهی نما، برگه های تبلیغاتی، دفترک، دفترچه های راهنما، بسته بندی، برچسب، کارت معرفی، و آگهی نامه .

هـ - تبلیغ خلاف واقع: تبلیغ حاوی اطلاعات نادرست که موجب فریب یا اشتباه مصرف کننده کالا و خدمات شود .

و - سفارش دهنده: شخص حقیقی یا حقوقی که ساخت یا پخش و نشر تبلیغ را سفارش می دهد .

ز - سازنده آگهی: هر یک از کانون های آگهی و تبلیغاتی موضوع آیین نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون های آگهی و تبلیغاتی - مصوب ۱۳۵۸ -

ماده ۲- موارد زیر تبلیغ خلاف واقع و اطلاعات نادرست محسوب می شود:

الف - استفاده از مطالب گمراه کننده و ادعاهای غیرقابل اثبات و کذب .

ب - ارتکاب فعل یا ترک فعل که سبب مشتبه شدن یا فریب مخاطب از نظر کمیت یا کیفیت شود .

ج - تبلیغ فراتر از واقعیت کالا یا خدمات مورد نظر .

د - استفاده از صفات مطلق و اغراق آمیز نظیر کاملاً بهداشتی و صد در صد تضمینی .

هـ - عدم ارایه اطلاعات دقیق، صحیح و روشن کالاها و خدمات .

و - بی ارزش یا فاقد اعتبار جلوه دادن خدمات و کالاهای دیگران .

ز - استناد به تأییدیه هایی که تاریخ اعتبار آنها منقضی و یا به هر دلیل معتبر نیستند .

ح - تقلید از ساختار، متن، شعار، تصاویر، آهنگ و شباهت های تبلیغاتی تجاری دیگر محصولات که مصرف کننده را فریب دهد و منجر به گمراهی وی شود .

ط - استفاده از اسامی، عناوین و نشان افراد و مؤسساتی که دارای شهرت هستند به نحوی که مصرف کننده را فریب دهد .

ی - استناد به تقدیرنامه، جایزه و گواهی صادر شده از مراکز رسمی مورد تأیید مراجع ذی صلاح، فراتر از متن آنها .

ک - هرگونه اعلان یا ارایه اطلاعات نادرست در برهه های تعهد یا تضمین کالا و خدمات .
ل - تبلیغ کالاها و خدماتی که از سوی دستگاه های ذی ربط حسب اختیارات و وظایف قانونی آنها غیرمجاز اعلام می شوند .
م - تبلیغ کالاها یا خدمات فاقد مجوزی که براساس قوانین و مقررات، تولید و عرضه آنها منوط به اخذ مجوز از مراجع قانونی ذی ربط می باشد .

ن - استناد به منابع و مراجع خارجی در تبلیغ محصولات داخلی بدون تأیید مراجع ذیصلاح .
س - استفاده از صفات تفضیلی و عالی به صورت صریح و یا به کارگیری هر شیوه دیگری در نگارش یا قرائت متن به منظور القای مفهوم برتر با برترین بودن کالا و خدمات بدون تأیید مراجع ذی صلاح .
ع - عدم تصریح هویت شخص یا بنگاهی که تبلیغ به نفع اوست به استثنای آن بخش از تبلیغ که منتهی به تبلیغ اصلی می شود و صرفاً برای جلب توجه مخاطبان انتشار می یابد. (تبلیغ انتظاری)
ف - استفاده ابزاری از زنان، مردان و کودکان که نقش اصلی را در معرفی کالا و خدمات ایفا می نماید .

ماده ۳- مسئولیت تبلیغ خلاف واقع بر عهده سفارش دهنده و سازنده آگهی است .
ماده ۴- سازنده آگهی موظف است هنگام پذیرش درخواست سفارش دهنده، درخصوص اشخاص حقیقی، هویت فرد را احراز و در خصوص اشخاص حقوقی مجوز فعالیت قانونی به انضمام درخواست کتبی ممهور به مهر شخص حقوقی را اخذ نماید .
تبصره - سازنده آگهی موظف است نام، نشانی، شماره پروانه فعالیت و شماره تلفن خود و نام و نشانی سفارش دهنده و مشخصات کالا و خدمات ارایه شده را به طور واضح در برهه های تبلیغاتی چاپی درج نماید .
ماده ۵- تخلف رسانه های موضوع بند (د) ماده (۱) این آیین نامه و سازنده آگهی حسب مورد توسط سازمان های صنعت، معدن و تجارت استان، مجامع امور صنفی، اتحادیه ها، انجمن و مراجع نظارتی ذی ربط به ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی منعکس می گردد تا طبق ضوابط مربوط، به تخلف آنها رسیدگی شود .

ماده ۶- نحوه رسیدگی مراجع ذی ربط، در صورت شکایت مصرف کنندگان یا اطلاع از وقوع تبلیغ خلاف واقع، براساس قانون و آیین نامه اجرایی آن، موضوع تصویب نامه شماره ۱۷۳۲۷۰/ت۴۵۳۴۱-هـ مورخ ۱۳۹۰/۹/۲ می باشد .

ماده ۷- در صورت صدور رأی قطعی (موضوع تبلیغ خلاف واقع و ارایه اطلاعات نادرست)، سازمان تعزیرات حکومتی یک نسخه از رأی صادر شده را به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ارسال می نماید تا طبق ضوابط نسبت به جلوگیری از انتشار آگهی اقدام لازم را به عمل آورد .

ماده ۸- پس از طرح شکایت ناشی از تبلیغ خلاف واقع و ارایه اطلاعات نادرست موضوع مواد (۱۴) و (۱۷) قانون در انجمن و اتحادیه های صنفی، در صورتی که اقدام سفارش دهنده به تشخیص مراجع یاد شده منجر به بروز خسارت نسبت به سایر مصرف کنندگان نیز شود، هر یک از مراجع مذکور موظف به انعکاس گزارش تخلف به سازمان صنعت، معدن و تجارت استان می باشند .
معاون اول رییس جمهور - محمدرضا رحیمی